

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

*Brand awareness* atau kesadaran merek merupakan salah satu cara untuk mengukur efektivitas pemasaran yang diukur dengan kemampuan pelanggan untuk mengenali maupun mengingat nama, gambar maupun tanda-tanda yang berkaitan dengan merek tertentu. Akun *Instagram* @localprideindonesian mempunyai strategi pemasaran untuk membangun *brand awareness*. Dengan membangun *brand awareness* yang baik, maka pandangan masyarakat terhadap *brand* tersebut juga akan baik, sehingga dapat membantu menciptakan *brand awareness*, dan menciptakan konsumen yang loyal. Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran yang digunakan oleh akun *Instagram* @localprideindonesian melalui media sosial *Instagram* dengan cara memberikan edukasi dan *prime time* kepada konsumen yang ingin menggunakan jasa promosi berbayar pada akun *Instagram* @localprideindonesian.
- b. Akun *Instagram* @localprideindonesian memiliki faktor pendukung yang mampu mendukung strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial *Instagram* dengan adanya *hashtag* #localprideindonesian dapat lebih mudah melakukan pencarian dan banyak dukungan melalui

*influencer* sehingga masyarakat mulai teredukasi dengan mencintai produk lokal. Hal ini membuktikan dengan konsumen yang pada akhirnya dapat membangun *awareness* terhadap akun *Instagram* @localprideindonesian

- c. Faktor penghambat yang biasanya dialami oleh akun *Instagram* @localprideindonesian kekurangan konten yang akan diunggah kemudian berakibat pada manajemen akun *Instagram* @localprideindonesian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan secara mendetail diatas, maka peneliti selanjutnya ingin menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna, bermanfaat dan memberikan motivasi bagi peneliti selanjutnya. Kemudian pada akun *Instagram* @localprideindonesian itu sendiri, saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut :

1. Memperluas jangkauan untuk membangun *brand awareness* (kesadaran merek) pada media sosial seperti Facebook, Twitter, Tiktok dan Website. Jangan hanya berfokus pada media sosial *Instagram* saja.
2. Meningkatkan kreativitas dalam membuat konten-konten yang dapat menarik perhatian konsumen terhadap fitur promosi yang ditawarkan.
3. Memperbaiki kualitas management bahwa dalam melakukan pemasaran melalui media sosial *Instagram* diperlukan pengelolaan yang baik, agar bisnis tersebut dapat terus bertahan dan berkembang.